

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

CÉSAR AUGUSTO DOS SANTOS SCHLOTTFELDT

**PROPOSTA DE METODOLOGIA PARA FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA DE
SERVIÇOS CONTÁBEIS - CASO: FANTASY CONTABILIDADE S/C LTDA**

FLORIANÓPOLIS
2003

CÉSAR AUGUSTO DOS SANTOS SCHLOTTFELDT

**PROPOSTA DE METODOLOGIA PARA FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA DE
SERVIÇOS CONTÁBEIS - CASO: FANTASY CONTABILIDADE S/C LTDA**

Trabalho monográfico apresentado para a
obtenção do título de Bacharel em
Ciências Contábeis, pela Universidade
Federal de Santa Catarina.

Orientador:
Prof. Nivaldo João dos Santos, MSc.

Florianópolis
2003


CÉSAR AUGUSTO DOS SANTOS SCHLOTTFELDT

**PROPOSTA DE METODOLOGIA PARA FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA DE
SERVIÇOS CONTÁBEIS - CASO: FANTASY CONTABILIDADE S/C LTDA**

Monografia apresentada como trabalho de conclusão de curso para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, pela Universidade Federal de Santa Catarina.

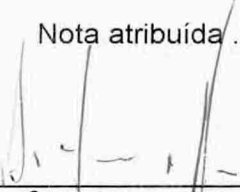
Este trabalho foi julgado adequado para a obtenção do título requerido e, portanto, aprovado em sua forma final, obtendo a nota de 70, atribuída pela banca constituída pelo orientador e membros abaixo mencionados.

Compuseram a banca:



Prof. Orientador **Nivaldo João dos Santos, MSc.**
Departamento de Ciências Contábeis - USFC

Nota atribuída8.13.....



Prof.^a **Ari Ferreira de Abreu, Dr.**
Departamento de Ciências Contábeis - USFC

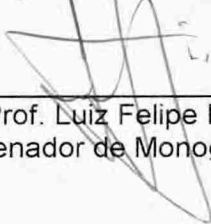
Nota atribuída6.95.....



Prof.^a **Joise Antônio Lorandi, MSc.**
Departamento de Ciências Contábeis - USFC

Nota atribuída5.40.....

Florianópolis, 01 de julho de 2003.



Prof. **Luiz Felipe Ferreira.**
Coordenador de Monografia - UFSC

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, **Loraine Maria dos Santos Schlottfeldt** e **Délcio de Paula Schlottfeldt**, dos quais recebi o dom mais precioso do universo: a vida. E por todo amor, educação e apoio que recebi durante toda a minha vida.

Ao meu irmão mais velho, **Fábio** que me incentivou durante todo o curso.

A todos os **meus familiares**, que sempre me aconselharam e me apoiaram durante minha vida.

A minha namorada e amiga, **Márcia Pereira Hagemann**, que me aturou durante o período em que elaborei este trabalho.

Ao professor **Nivaldo João dos Santos** que, com sua experiência e paciência orientou-me na execução desta monografia.

Aos **professores do curso**, que contribuíram para minha formação acadêmica.

Aos amigos **Leandro A. da Silva** e **Patrick A. Palmeira** que cederam seu tempo e conhecimento.

E, por último, mas não menos importante, a **todos os amigos e colegas de classe**, que sempre me acompanharam, me incentivaram, e que de alguma maneira contribuíram nesta jornada.

RESUMO

O objetivo do presente estudo consiste em propor uma metodologia de formação de preços para uma empresa prestadora de serviços contábeis, como forma de colaborar com o gestor da empresa a apurar os custos incorridos e formar seus preços, viabilizando seu negócio. Assim sendo inicialmente, são apresentadas as considerações iniciais, a definição do tema e problema, os objetivos, a justificativa, a metodologia de pesquisa e a organização do trabalho. Para embasar a pesquisa, procura-se, na revisão bibliográfica, abordar aspectos gerais e específicos relacionados ao tema. Nesse capítulo, descreve-se a caracterização de uma empresa prestadora de serviços, definição de escrituração contábil, contempla-se o que está previsto no código de ética profissional do contabilista referente aos honorários e à livre concorrência, ainda apresentam-se sistemas de custos, onde são abordados os conceitos fundamentais e os tipos de custos. E em seguida, abordam-se o custeio de serviços e os métodos de custeios e na seqüência os métodos de formação de preço de venda. O terceiro capítulo trata do estudo de caso da empresa *Fantasy Contabilidade S/C LTDA*, onde se faz, inicialmente, a apresentação da empresa, com a descrição dos serviços prestados pela mesma e o método atualmente utilizado para a venda dos serviços. Na seqüência, faz-se uma identificação das atividades geradas pelo processo de prestação de serviços da empresa. Em seguida, são alocados os custos dos serviços, onde se utiliza um método de custeio baseado em atividades: o ABC. Para finalizar a pesquisa, propõe-se uma metodologia para a formação do preço de venda dos serviços contábeis, utilizando-se o método misto, por concluir que ser este o método que combina diversos fatores relevantes (custos, lucro, mercado, fator político-legais) para cobrança dos honorários contábeis.

Palavras-Chave: Profissão Contábil, Formação de Preço, Organizações Prestadoras de Serviços Contábeis.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

ESQUEMAS

Esquema 1- Estrutura Departamental - Fantasy Contabilidade S/C LTDA	34
---	----

QUADROS

Quadro 1 – Atribuições Departamentais - Fantasy Contabilidade S/C LTDA.....	34
Quadro 2 – Relação de Equipamentos - Fantasy Contabilidade S/C LTDA.....	35
Quadro 3 – Principais Atividades e Sub-atividades - Departamento Contábil.....	37
Quadro 4 – Principais Atividades e Sub-atividades - Departamento Fiscal.....	38
Quadro 5 – Principais Atividades e Sub-atividades - Departamento Pessoal	39
Quadro 6 – Principais Atividades e Sub-atividades - Departamento Administrativo..	40
Quadro 7 – Direcionadores de Custos na Fantasy Contabilidade S/C LTDA.....	45
Quadro 8 – Alocação dos recursos às atividades do Departamento Fiscal	47
Quadro 9 – Direcionadores de atividades do Departamento Fiscal	48
Quadro 10 – Direcionadores de atividades do Departamento Fiscal	49
Quadro 11 – Alocação de custos aos serviços	49
Quadro 12 – Cálculo do preço de venda de serviços contábeis	51

SUMÁRIO

RESUMO	4
LISTA DE ILUSTRAÇÕES	5
1. INTRODUÇÃO.....	7
1.1 Tema.....	7
1.2 Problema.....	9
1.3 Objetivos.....	10
1.4 Justificativa do estudo.....	10
1.5 Metodologia da pesquisa	11
1.5.1. Conhecimento científico.....	12
1.5.2. Metodologia aplicada.....	14
1.5.3. Limitações da pesquisa	15
1.6 Organização do trabalho.....	16
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.1 Empresa prestadora de serviços	18
2.2 Escrituração contábil.....	19
2.3 Código de ética profissional do contabilista	20
2.4 Sistema de custos.....	21
2.4.1. Conceitos fundamentais de custos	21
2.4.2. Classificação dos custos.....	22
2.5 Custeio de serviços.....	23
2.6 Métodos de custeio.....	24
2.6.1. Custeio por absorção.....	24
2.6.2. Custeio direto/variável	25
2.6.3. Custeio Baseado em Atividades (<i>Activity Based Costing</i> - ABC).....	26
2.7 Métodos de formação de preços.....	27
2.7.1. Método baseado no custo da mercadoria.....	28
2.7.2. Método baseado no mercado	29
2.7.3. Método misto	30
3. ESTUDO DE CASO	32
3.1 Apresentação da empresa.....	32
3.2 Aplicação do sistema de custos.....	36
3.2.1. Elementos de custos.....	41
3.2.2. Seleção de direcionadores de custos	44
3.2.3. Alocação dos recursos às atividades.....	46
3.2.4. Direcionadores de atividades.....	48
3.2.5. Apropriação dos custos aos serviços.....	49
3.3 Proposta de metodologia para formação de preço de venda.....	50
4. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	53
REFERÊNCIAS.....	55

1. INTRODUÇÃO

Este capítulo é estruturado de modo a promover um entendimento geral da pesquisa. Para isso, faz-se uma introdução, onde se apresentam, a saber: o tema, a problemática, os objetivos, a justificativa, assim como também a metodologia utilizada na realização do mesmo.

1.1 Tema

No passado, a formação do preço de venda era um fator secundário para a gestão empresarial. Porém, com o passar dos tempos, constatou-se a necessidade de se conhecer esta ferramenta, que nos dias atuais é de extrema importância para a tomada de decisões gerenciais.

Em virtude disso, viu-se a necessidade de se conhecer a fundo e detalhadamente, todos os fatores relacionados à parte funcional da empresa, bem como estar sempre atento às mudanças existentes no mercado e às exigências do consumidor.

Os pequenos e microempresários são os mais carentes de suportes e subsídios em relação à formação do preço de venda, muitas vezes em virtude da pouca ou nenhuma capacidade técnica destes gestores aliada à falta de um suporte e auxílio mais especializado nesta área.

Já as empresas prestadoras de serviços contábeis são bem servidas desses subsídios, mas será que usam essas ferramentas metodológicas no momento de apresentar a conta aos clientes?

Os contadores, que têm a contabilidade custos como disciplina obrigatória em seu currículo acadêmico, ou seja, para receber o diploma de bacharel em ciência contábil e poder fazer o Exame de Suficiência do Conselho Regional de Contabilidade, que habilita o bacharel a exercer a função de contador registrado, estes têm de ter domínio sobre a disciplina de custos.

Entende-se como ter domínio sobre contabilidade de custos, saber classificar tipos de custos, classificar despesas, classificar receitas, conceito de margem de contribuição, quais os sistemas de custos, sua correta aplicação, e a escolha daquele mais apropriado para a situação específica.

O presente estudo aborda pontos como preço de venda dos serviços contábeis, os custos e despesas que envolvem a prestação destes serviços e como é o comportamento deste mercado quanto aos critérios do valor a ser cobrado por seus serviços.

Estes pontos abordados referem-se a um estudo dos fatores que integram a metodologia para se formar o preço de venda, analisando-se, posteriormente, as estratégias de preços mais comuns utilizadas por empresas visando um melhor posicionamento no mercado em que atuam.

Entende-se como estratégia de preços as atitudes que a empresa executa para estimular a demanda por seus produtos ou serviços, ou seja, se fará ou não promoção, oferecerá descontos para clientes preferenciais, pacote de produtos e serviços.

Uma vez que o preço é um fator de relevante para aceitação da empresa no mercado seja ela comercial ou industrial, propõe-se que o tema da presente

pesquisa seja referente à elaboração de uma metodologia para formação de preço de venda para uma empresa prestadora de serviços contábeis.

1.2 Problema

O Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis, Assessoramento, Consultoria, Perícias, Informações e Pesquisa da Grande Florianópolis (SESCON) fornece uma tabela que deve ser utilizada como referencial para cobrança dos honorários referentes aos serviços efetuados por empresas prestadoras de serviços contábeis.

Sobre a tabela referencial de honorários, o SESCO (2001, p.1) preconiza:

Como o próprio nome diz, ela é apenas uma referência e que será utilizada por todos e com critério, servindo como instrumento balizador na avaliação dos custos dos serviços que serão prestados. Não se deseja, de forma alguma criar preços fixos, mas sim, orientativos para que no momento da elaboração de uma proposta de serviço, a mesma seja com consciência e bom senso, respeitando-se o disposto nos artigos 6º e 8º do código de Ética Profissional

No ramo de prestação de serviços, estão inseridas as empresas de contabilidade, que ofertam seus serviços a muitas empresas, com atividades e estruturas diferentes umas das outras, buscando atender, sempre que possível, às necessidades gerais e específicas de cada entidade.

Tendo em vista que as empresas prestadoras de serviços contábeis têm uma variedade muito grande de clientes, que pode abranger desde empresas multinacionais a micro-empresas surge necessidade de aplicar uma metodologia eficiente para se obter o preço adequado pelos serviços prestados, considerando as particularidades de cada cliente.

Diante do exposto, busca-se responder a seguinte questão-problema:

Como pode uma metodologia de formação de preços dos serviços contábeis prestados auxiliar o empresário contábil a ter preços mais competitivos, maximizando seu lucro?

1.3 Objetivos

O objetivo geral desta pesquisa é desenvolver uma metodologia para formação de preços para uma empresa prestadora de serviços contábeis como forma de auxiliar os empresários contábeis de *Fantasy Contabilidade S/C LTDA* a maximizar o lucro sem perder a competitividade no mercado.

Os objetivos específicos deste estudo são:

- Identificar o que está previsto no Código de Ética Profissional do profissional contabilista sobre livre concorrência e o valor dos serviços prestados;
- Descrever os principais métodos de formação do preço de venda;
- Identificar o sistema de custos a ser adotado;
- Propor uma metodologia para formação de preço de venda dos serviços prestados.

1.4 Justificativa do estudo

No ramo de prestação de serviços, a qualidade e o preço cobrado são os fatores determinantes para a sobrevivência da empresa no mercado. O custo dos serviços contábeis a serem ofertados não é o único aspecto responsável pela formação do preço de venda destes.

Têm-se, ainda, como fatores a serem considerados, o código de ética profissional do contabilista, a qualidade dos serviços prestados e os preços praticados no mercado.

As empresas prestadoras de serviços contábeis têm a tabela de preços fornecida pelo SESCON que deverá ser seguida como referencial no momento da cobrança dos honorários.

Abordará-se esta tabela de preços pode ser aplicada de forma universal e se a concorrência irá seguir essa tabela, quais são os custos para a prestação desse serviço.

Por isso, pode-se afirmar que diversos fatores como o mercado, políticas sindicais, custos, despesas, infraestrutura da empresa influem diretamente na fixação do preço dos serviços prestados por esta empresa.

Assim, evidencia-se a relevante importância de pesquisar uma metodologia adequada para a formação do preço de venda, no sentido de se obter um conhecimento técnico do assunto, que pode proporcionar novas oportunidades no mercado ou assegurar a continuidade da empresa.

1.5 Metodologia da pesquisa

Esta seção do trabalho está dividida em três partes. Na primeira parte abordam-se algumas colocações sobre conhecimento científico, tipos de pesquisa, e conceitos de monografia.

Na segunda parte é apresentada a metodologia utilizada para a realização deste estudo. Na terceira e última parte, são abordadas as limitações impostas a esta pesquisa.

1.5.1. Conhecimento científico

O conhecimento subdivide-se em quatro espécies: conhecimento empírico, conhecimento filosófico, conhecimento teológico, e conhecimento científico.

O conhecimento empírico, de acordo com Cervo e Bervian (1983, p.7), “é o conhecimento do povo, obtido ao acaso, após inúmeras tentativas.”

O conhecimento filosófico, segundo Lakatos e Marconi (1990, p.16), “é caracterizado pelo esforço da razão pura para questionar os problemas humanos e poder discernir entre o certo e o errado, unicamente correndo às luzes da própria razão humana”.

O conhecimento teológico, conforme citam Cervo e Bervian (1983, p.13), “é o conjunto de verdades a que os homens chegaram [...] mediante a aceitação dos dados da revelação divina”. Acrescentam, explicitando que “são os conhecimentos adquiridos nos livros sagrados e aceitos racionalmente pelos homens, depois de terem passado pela crítica histórica mais exigente”.

O conhecimento científico, para Cervo e Bervian (1983, p.8), “vai além do empírico, procurando conhecer, além do fenômeno, suas causas e leis.”

Pode-se obter um entendimento maior a respeito deste último conceito, através do conceito de ciência. O qual é citado por Cervo e Bervian (1983, p.8) da seguinte forma:

a ciência é entendida como uma busca constante de explicações e soluções, de revisão e reavaliação de seus resultados e tem a consciência clara de sua falibilidade e de seus limites. Nesta busca sempre mais rigorosa, pretende aproximar-se cada vez mais da verdade através de métodos que proporcionam um controle, uma sistematização, uma revisão e uma segurança maior do que possuem outras formas de saber não científicas. Por ser algo dinâmico, a ciência busca renovar-se e reavaliar-se continuamente. A ciência é um processo de construção.

Tendo em vista os quatro tipos de conhecimento expostos anterior mente, se firma como válido para a seguinte pesquisa o conhecimento científico, pois é o tipo de conhecimento mais abrangente que busca o entendimento de causas e efeitos de um fenômeno que seja objeto de estudo.

Segundo Gil (1991, p.19), a pesquisa é definida como "o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos".

A pesquisa, de acordo com Cervo e Bervian (1983, p.50), "é uma atividade voltada para a solução de problemas através do emprego de processos científicos".

O ser humano tem como sua principal característica a racionalidade o que quase sempre o leva a formular perguntas que carecem de respostas, a busca dessas respostas chama-se pesquisa científica quando possuem o emprego de procedimentos científicos, ou seja, metodologia.

Lakatos e Marconi (1985, p.150) definem monografia como "um estudo sobre um tema específico ou particular, com suficiente valor representativo e que obedece a rigorosa metodologia. Investiga determinado assunto não só em profundidade, mas em todos os ângulos e aspectos, dependendo dos fins a que se destina".

Conforme Demo (1977, p.34), "pesquisar é um processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico". O objetivo da pesquisa é a busca por respostas de problemas através de procedimentos científicos com uma metodologia para nos ajudar a compreender o próprio processo da pesquisa.

De acordo com Lakatos e Marconi (1990, p.226),

os trabalhos científicos devem ser elaborados de acordo com normas preestabelecidas e com os fins a que se destinam. Serem inéditos ou originais e contribuir não só para a ampliação de conhecimentos ou compreensão de certos problemas, mas também servirem de modelo ou oferecer subsídios para outros trabalhos.

Para que um trabalho científico seja válido deve-se haver um consenso por parte dos pesquisadores da área no momento de adotar uma metodologia e convenções necessárias para a organização, execução e apresentação da pesquisa.

Um dos métodos científicos de pesquisa é a monografia. Segundo Lakatos e Marconi (1990, p.227), trata-se de um

estudo sobre tema específico ou particular, com suficiente valor representativo e que obedece a rigorosa metodologia. Investiga determinado assunto não só em profundidade, mas também em todos os ângulos e os aspectos, dependendo dos fins que se destina.

Segundo Inácio Filho (1994, p.39), “para a escolha de um tema ou assunto deve-se levar em conta a sua originalidade, importância e viabilidade”.

A escolha do tema desta monografia surgiu do desejo de um acadêmico de ciências contábeis de abrir sua própria empresa prestadora de serviços contábeis. E para tal, deveria saber quanto cobrar para ter uma aceitação no mercado e garantir a continuidade de seu empreendimento.

1.5.2. Metodologia aplicada

A presente pesquisa busca responder, como pode uma metodologia de formação de preços dos serviços contábeis prestados, auxiliar o empresário contábil a ter preços mais competitivos, maximizando seu lucro.

O tipo de pesquisa a ser desenvolvida neste trabalho é chamado de estudo de caso.

Conforme Cervo e Bervian (1983, p.57), "estudo de caso é a pesquisa sobre um determinado indivíduo, família, grupo ou comunidade, para examinar aspectos variados de sua vida".

Estudo de caso para Gil (1991, p.58), é caracterizado pelo:

estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita a seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante os outros delineamentos considerados.

Para a elaboração da metodologia de formação de preço dos serviços contábeis foi necessário seguir um roteiro composto por quatro fases.

Na primeira fase, realiza-se a coleta de material bibliográfico referente ao tema de pesquisa para utilizar na fundamentação teórica.

A segunda fase consiste no estudo de caso referente à empresa prestadora de serviços *Fantasy Contabilidade S/C LTDA*, onde é feita a coleta de dados através de entrevistas com os proprietários.

Na terceira fase desta pesquisa, após a análise dos dados coletados na empresa, é elaborada uma proposta de metodologia para formação do preço de venda dos serviços da empresa contábil em questão, a qual, na última fase, será comparada com a tabela do SESCON/SC.

1.5.3. Limitações da pesquisa

A presente pesquisa tem algumas limitações referente à metodologia utilizada para sua elaboração. Tratando-se de um estudo de caso, todo e qualquer resultado

desta pesquisa somente se aplica plenamente à empresa analisada. No entanto, a metodologia aqui utilizada poder dar subsídios para a aplicação futura em outras organizações.

Outro fator limitante a ser observado é o momento da análise, pois, toda empresa é como um organismo vivo que sofre constates mudanças necessárias à sua sobrevivência no mercado. Então, para uma análise posterior, na mesma empresa, deverão ser consideradas estas mudanças.

É importante ressaltar que esta metodologia utilizada para elaboração desta pesquisa poderá ser utilizada em outras empresas do ramo, desde que sejam feitos os devidos ajustes, inerentes a estrutura e ao porte de cada empresa.

1.6 Organização do trabalho

O presente estudo está estruturado em quatro capítulos a fim de facilitar a compreensão do mesmo e cumprir com a organização padrão exigida neste tipo de trabalhos.

No primeiro capítulo são abordadas as considerações iniciais referentes à presente pesquisa, que contextualizam o tema proposto. Além disso, caracteriza-se o problema e definem-se os objetivos que se buscou alcançar no presente estudo. Em seguida apresenta-se a justificativa do trabalho, a organização do trabalho e a metodologia da pesquisa.

O segundo capítulo contempla a fundamentação teórica do trabalho. Inicia com a caracterização de uma empresa prestadora de serviços, com a definição dos serviços prestados por empresas do ramo. Na seqüência faz-se uma incursão nos

processos, sistemas de custos, metodologia para formação do preço de venda, fechando com os métodos de formação de preços em função do custo.

No terceiro capítulo apresenta-se a empresa objeto deste estudo, através de um breve histórico da empresa prestadora de serviços contábeis, com suas características particulares.

Em seguida apresenta-se a descrição operacional da empresa, onde se verificaram a estrutura organizacional, de custos e os métodos utilizados para a formação dos preços.

Na sequência faz-se a identificação dos elementos de custos, para posteriormente lançar a sugestão de sistema de custos e a proposta de metodologia para formação de preços da empresa em questão.

Por fim, são apresentadas as conclusões do trabalho, bem como as recomendações para a realização de posteriores estudos referentes ao tema em questão.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresenta a revisão bibliográfica, onde são fundamentados os objetivos propostos nesta pesquisa. Está dividido em oito seções, que abordam a teoria necessária para uma gradativa compreensão do estudo.

É apresentada a fundamentação teórica referente a itens tais como: caracterização de empresas prestadoras de serviços; conceito de escrituração contábil como produto final da empresa objeto de estudo; Código de Ética Contabilista; cobrança de honorários; sistemas de custos, custeio de serviços; métodos de custeio; metodologia para a formação de preços; e métodos para formação de preço de venda, entre outros.

2.1 Empresa prestadora de serviços

Empresas prestadoras de serviços são aquelas que têm por finalidade não a produção de bens de consumo, mas a execução de determinadas tarefas em troca de uma remuneração.

Segundo Bernardi (1998, p.107) Empresa prestadora de serviços é aquela “que ‘vende ou produz’ conhecimento especializado, suporte e apoio a qualquer entidade; pessoa física ou jurídica com ou sem fins lucrativos.”

Para Horngren (1981, p.8), as empresas prestadoras de serviços apresentam as seguintes características: “a mão-de-obra é intensiva (e representa a maior parte dos custos), o produto é, em geral, de difícil definição e há impossibilidade de armazenar os principais insumos e produtos.”

Para a execução desses serviços as empresas utilizam-se de insumos, mas principalmente da mão-de-obra e do conhecimento de seus funcionários.

Bernardi (1998, p.107) ainda enfatiza que,

em serviços como planejamento, administração, sistemas, instalação, manutenção, entregas, cobranças, ensino, contabilidade, enfim atividades de apoio e prestação de serviço, notadamente com atual tendência da terceirização de atividades, como forma de buscar redução de custos pelas empresas.

A seguir, apresentam-se os conceitos sobre escrituração contábil, que é um dos tipos de serviços prestados pelos escritórios de contabilidade.

2.2 Escrituração contábil

Sá (1994, p.190) conceitua escrituração contábil como “Registro dos fatos contábeis. Parte técnica que se destina ao registro dos fatos ocorridos com a riqueza aziendal administrativa”.

Marion (1994, p.29) entende que escrituração é a “coleta de dados econômicos, mensurando-os monetariamente, registrando-os e sumarizando-os em forma de relatórios ou de comunicados, que contribuem sobremaneira para a tomada de decisões”.

Conforme o novo código civil brasileiro

Art. 1.179º - O empresário e a sociedade empresária são obrigados a seguir um sistema de contabilidade, mecanizado ou não, com base na escrituração uniforme de seus livros, em correspondência com a documentação respectiva, e a levantar anualmente o balanço patrimonial e de resultado econômico.

Entende-se por escrituração contábil o ato de registrar sistematicamente através da técnica contábil (partidas dobradas) o patrimônio e suas mutações em demonstrações que darão origem a livros contábeis.

Tem-se como exemplo de demonstrações contábeis exigidas por leis de empresas mercantis a Demonstração do Resultado do Exercício, Balanço Patrimonial e Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido.

Se tratando de uma empresa prestadora de serviços contábeis abordará-se em seguida, o que está previsto no código de ética da classe.

2.3 Código de ética profissional do contabilista

Um fator a ser considerado no momento da formação do preço de venda em uma empresa prestadora de serviços contábeis é a legislação, composta de leis e resoluções que regulam o exercício do profissional contabilista.

Sardinha (1995, p.45), afirma que

[...] não menos importantes, dos fatores que condicionam as possibilidades de decisão de preços pelas empresas são os fatores políticos-legais. O âmbito entre político-legal compreende as leis que regulam a atuação das empresas e protegem os direitos dos consumidores.

Conforme o código de ética do profissional contábil cabe ao contabilista:

Art. 6º - O Contabilista deve fixar previamente o valor dos serviços, de preferência por contrato escrito, considerados os elementos seguintes:

I -a relevância, o vulto, a complexidade e a dificuldade do serviço a executar;

II -o tempo que será consumido para a realização do trabalho;

III -a possibilidade de ficar impedido da realização de outros serviços;

IV -o resultado lícito favorável que para o contratante advirá com o serviço prestado;

V -a peculiaridade de tratar-se de cliente eventual, habitual ou permanente;

VI -o local em que o serviço será prestado.

Conforme o Art. 8º da Resolução CFC nº 803/96, é vedado ao Contabilista oferecer ou disputar serviços profissionais mediante aviltamento de honorários ou em concorrência desleal.

O contador não poderá disputar clientes de forma desleal, ou seja, oferecer seus serviços a um preço muito abaixo do que o praticado no mercado, o que obviamente deprecia a imagem da classe como um todo.

É importante ressaltar que o SESCON fornece uma tabela de preços que deve ser seguida como parâmetro no momento de cobrar os honorários.

2.4 Sistema de custos

Em contabilidade de custos existe uma dificuldade de distinção de alguns termos, como custo e despesa. Para os leigos tudo é despesa.

Então, para melhor entendimento deste estudo, apresentam-se alguns conceitos que são abordados neste item, como a definição de gasto, investimento, custo, despesa e perda, além da classificação dos custos em diretos e indiretos, fixos e variáveis.

Para que esse estudo possa ser relacionado com uma prestadora de serviços contábeis, faz-se necessário explicar sobre o custeio de serviços.

2.4.1. Conceitos fundamentais de custos

Para Martins (2000, p.25), gasto significa “o sacrifício financeiro com que a entidade arca para a obtenção de um produto ou serviço qualquer, sacrifício esse representado por entrega ou promessa de entrega de ativos (normalmente dinheiro)”.

Por sua vez, o investimento é definido por Crepaldi (1998, p.57) como “gasto ativado em função da vida útil ou de benefícios atribuíveis a futuro(s) período(s)”.

Em se tratando de custos, Martins (2000, p.25) menciona que aqueles são o tipo de “gasto relativo a bem ou serviço utilizado na produção de outros bens e serviços; são todos os gastos relativos à atividade de produção”.

De acordo com Crepaldi (1998, p.57), despesas são “gastos com bens e serviços não utilizados nas atividades produtivas e consumidos com a finalidade de obtenção de receitas”.

Então, perdas são gastos involuntários. Martins (2000, p.26) explica que perdas são “bens ou serviços consumidos de forma anormal e involuntária”.

Tem-se como exemplo de perdas, o obsoletismo de estoque, mão-de-obra em período de greve e incêndio em instalações.

2.4.2. Classificação dos custos

A classificação dos custos é de fundamental importância para a contabilidade de custos. Podem ser classificados em diretos e indiretos, de acordo com a facilidade de apropriação aos produtos ou serviços.

Martins (2000, p.52) diz que, “podemos verificar que alguns custos podem ser diretamente apropriados aos produtos, bastando haver uma medida de consumo. São os custos diretos com relação aos produtos”.

São exemplos de custos diretos a matéria prima, a mão-de-obra direta, material de embalagem, depreciação de equipamento e energia elétrica das máquinas entre outros.

Os custos indiretos são aqueles que necessitam de um critério de rateio para que possam ser alocados aos produtos, o que pode tornar esta apropriação bastante arbitrária em função de sua subjetividade.

Uma outra forma de classificar os custos é em função do volume de atividade numa unidade de tempo. Então, os custos podem ser enquadrados em fixos e variáveis.

Custos fixos são aqueles em que suas oscilações independem do volume de produção. Já nos variáveis, quanto maior a produção, maior será o seu consumo.

Tem-se, respectivamente, como exemplos de custo fixo e custo variável, o aluguel das instalações da diretoria de uma fábrica, e a matéria prima empregada na elaboração de um produto.

2.5 Custeio de serviços

Horngren (1981, p.8) comenta que as idéias básicas da contabilidade gerencial foram desenvolvidas para indústrias. Entretanto, hoje em dia elas podem ser aplicadas a todo tipo de organização, inclusive às prestadoras de serviços.

Kotler (1998, p.412) define como serviço “qualquer ato ou desempenho que uma parte possa oferecer a outra e que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de nada. Sua produção pode ou não estar vinculada a um produto”.

Então, custeio de serviços é a mensuração de todos os insumos somados à mão-de-obra para a execução de determinada tarefa.

2.6 Métodos de custeio

Método de custeio é um método de apropriar os custos de uma empresa. Dentre os sistemas existentes abordaremos: o custeio por absorção, o direto ou variável e o custeio baseado em atividades (*Activity Based Costing* - ABC).

2.6.1. Custeio por absorção

Custeio por absorção ou custeio integral consiste na apropriação de todos os custos (fixos ou variáveis) à produção do período. Os gastos não fabris (despesas) são excluídos.

A principal distinção que se faz no custeio por absorção é entre custo e despesas. Neste método, somente os custos são apropriados aos produtos fabricados.

Martins (2000, p.41) afirma que o custeio por absorção “consiste na apropriação de todos os custos de produção aos bens elaborados, e só os de produção; todos os gastos relativos ao esforço de fabricação são distribuídos para todos os produtos feitos”.

O método de custeio por absorção está de acordo com os Princípios Fundamentais de Contabilidade, já que considera todos os gastos relacionados com os produtos.

Porém, a dificuldade de alocação dos custos indiretos fixos pode levar a alocações arbitrárias e até enganosas e, por consequência, fornecer informações impróprias sobre os custos dos produtos, alocando custos atribuindo indevidamente.

2.6.2. Custeio direto/variável

Martins (2000, p.222) explana que:

Pela própria natureza dos custos fixos (invariabilidade), arbitrariedade em seu rateio e variação por unidade em função das oscilações do volume global, e por propiciar valores de lucro não muito úteis para fins decisórios, criou-se um critério alternativo ao Custeio por Absorção. Trata-se do Custeio Variável (ou Direto), em que só são agregados aos produtos seus custos variáveis, considerando-se os custos fixos como se fossem despesas.

Santos (1987, p.39) diz sobre a margem de contribuição que “cada produto absorve somente os custos que incidem diretamente sobre si mesmo (custos e despesas variáveis para produzir e vender), mas a diferença entre o preço líquido de venda e o custo unitário variável”.

A margem de contribuição representa a capacidade que os produtos tem de cobrir os custos fixos e ainda contribuir para o lucro do exercício.

Martins (2000, p.195) acrescenta o conceito de margem de contribuição unitária, “[...] que é a diferença entre a Receita e o Custo Variável de cada produto; é o valor que cada unidade efetivamente traz à empresa de sobra entre sua receita e o custo que de fato provocou e lhe pode ser imputado sem erro”.

A margem de contribuição tanto pode ser total como unitária. Dependendo do objetivo, opta-se por uma ou outra forma.

Entende-se que o custeio direto/variável oferece informações importantes para a formação de preço, por apresentar, de forma clara, a margem de contribuição que a empresa precisa ter para suportar determinado nível de atividade, absorvendo os custos fixos para obter lucro.

2.6.3. Custeio Baseado em Atividades (ABC)

Martins (2000, p.94) afirma que “[...] a utilidade do Custeio Baseado em Atividades (ABC) não se limita ao custeio de produtos. Ele é, acima de tudo, uma poderosa ferramenta a ser utilizada na gestão de custos”.

Este sistema de custeio está orientado no pressuposto que os recursos das empresas são consumidos pelas atividades nelas desenvolvidas e que os produtos, por sua vez, consomem atividades.

É importante salientar que, o ABC, por ser um método de maior complexidade comparando-o com os sistemas tradicionais, não deve ser aplicado em qualquer empresa de forma aleatória, é indispensável que se faça uma análise detalhada da mesma, com o intuito de verificar se ela possui características que viabilizam a implantação do sistema.

Uma das grandes vantagens do ABC, de acordo com Martins (2000, p.313), é permitir que os processos sejam também custeados, assim como os produtos.

Não existe um método melhor que outro. Na verdade, o que determina a utilização de um método ou outro é a circunstância.

O essencial seria que as empresas tivessem um sistema flexível o suficiente que propiciasse as informações necessárias. Para Martins (2000, p.315), essas informações são basicamente as seguintes:

- 1) margem de contribuição de cada produto (custeio variável);
- 2) custo de produção de cada produto (custeio por absorção, de preferência com rateio dos custos indiretos de fabricação pelo ABC - muito mais detalhado, analítico e com menor número de possíveis erros do que o tradicional rateio por departamentos);
- 3) Soma de custo global (custos e despesas) de cada produto (ABC completo).

Com relação ao ABC é importante fazer a seguinte pergunta: *Precisamos de um custeio por atividades?*

O ABC é um sistema de custos complexo que pode gerar menos distorção nos custos dos produtos e proporcionar decisões melhores aos gestores, mas é um sistema de custeio caro em função dos altos custos de medição/apuração.

Cada método possui vantagens e desvantagens. Deve buscar-se sempre o que melhor se encaixa à sua necessidade.

2.7 Métodos de formação de preços

Sardinha (1995, p.17) comenta que “preço é a expressão do valor de troca que se oferece por alguma coisa que satisfaça uma dada necessidade ou desejo”.

A fixação de preços é uma questão que afeta diariamente a vida de uma empresa independente de seu tamanho, dos produtos que vende ou do setor em que atua.

Martins (2000, p.237) comenta que

o mercado é o grande responsável pela fixação dos preços e não os custos de obtenção dos produtos. É muito mais provável que uma empresa analise seus custos e suas despesas para verificar se é viável trabalhar com um produto, cujo preço o mercado influencia marcadamente ou mesmo fixa, do que ela determinar o preço em função daqueles custos ou despesas.

Sardinha (1995, p.01) cita que, “o sucesso empresarial pode não ser consequência da decisão de preço. Contudo, o preço equivocado de um produto certamente o levará ao insucesso”.

Diante da importância do preço em relação ao volume de vendas, torna-se necessário o uso de informações detalhadas e precisas, de forma a colaborar na decisão da empresa sobre a formação do preço de seus serviços.

Conforme Santos (1991) “As empresas podem formar os preços por meio da escolha entre vários métodos, como o método baseado no custo da mercadoria, o método baseado nas decisões das empresas concorrentes, o método baseado nas características do mercado, além do método misto”.

Atendendo essa necessidade, apresenta-se, a seguir, alguns conceitos importantes sobre a metodologia para formação de preços.

2.7.1. Método baseado no custo da mercadoria

Segundo Santos (1997, p123)

este é o método mais comum na prática dos negócios. Se a empresa tiver como base o custo total, a margem a ser adicionada deve ser suficiente para cobrir os lucros desejados pela empresa. Porém, se a base for custos e despesas variáveis, a margem deve cobrir lucros e custos fixos.

Explica que, nesse caso, a forma de estabelecer o preço de venda consiste na adição de um *mark-up* ao custo apropriado. Segundo Santos (2000, p.06), “o *mark-up* consiste basicamente em somar ao custo unitário do produto uma margem fixa para obter o preço de venda. Esta margem geralmente percentual deve cobrir todos os custos e despesas e propiciar um determinado nível de lucro”.

Entende-se, pelo exposto, que este é um método simples, porém pode levar as empresas a tomarem decisões que muitas vezes não correspondem com a realidade do mercado.

A vulnerabilidade deste método reside no fato que não leva em conta fatores como o preço da concorrência e quanto os consumidores estão dispostos a desembolsar pelos produtos ou serviços.

2.7.2. Método baseado no mercado

A utilização deste método para a formação do preço de venda dos produtos de uma empresa como viável é devido ao fato de nivelar o preço pela concorrência e possibilitar a empresa obter o custo padrão de determinado produto ou serviço e assim decidir se entra no mercado.

Segundo Santos (1995; p120) “Esse método pode ser desdobrado em”:

- a) método do preço concorrente;
- b) método de imitação de preços;
- c) método de preços agressivos;
- d) método de preços promocionais.

a) Método do preço corrente

Neste método, as empresas de um mesmo ramo praticam um mesmo preço, ou por características próprias da atividade (tabela da AOB, tabela do SESCON, tabela de táxi) ou porque o mercado estabelece.

b) Método de imitação de preços

Este método pode ser adotado pela empresa na sua totalidade ou em somente alguns produtos. Consiste em que os mesmos preços sejam adotados por

uma empresa concorrente selecionada no mercado. Isso ocorre muitas vezes em razão da falta de conhecimento técnico para a sua determinação ou custo da informação.

c) Método de preços agressivos

Ocorre quando há uma redução dos preços ficando eles abaixo dos custos. Pode-se justificar o uso desse método, quando uma empresa está entrando no mercado ou então um grupo de empresas se une para ganhar mercado, ou até mesmo para colaborar com o processo de falência de um de seus concorrentes.

d) Método de preços promocionais

Neste método as empresas oferecem certas mercadorias a preços baixos com o objetivo de atrair o público para o local de venda, estimulando a venda de outros artigos a preços normais. Tem-se como exemplo o pão francês que alguns supermercados oferecem a preço de custo.

2.7.3. Método misto

Já o método misto para formação de preços deve observar a combinação dos custos envolvidos, as decisões da concorrência e as características do mercado. Comenta que é muito difícil para a empresa estabelecer preços sem a combinação desses fatores.

No método misto deve-se considerar os seguintes fatores:

- Custos envolvidos;

- Decisões de concorrência;
- Características do mercado.

Santos (1995, p.122) destaca que “seria bastante temeroso para administração de uma empresa estabelecer preços sem a combinação desses fatores”.

Diante do exposto, de um modo geral, é a melhor metodologia a ser utilizada pelas empresas, pois combina os custos envolvidos, as decisões da concorrência e as características do mercado em um só método.

3. ESTUDO DE CASO

Este capítulo constitui-se de cinco seções. Inicialmente é apresentada a empresa prestadora de serviços contábeis, *Fantasy Contabilidade S/C LTDA*.

Na sequência, são identificadas as atividades desenvolvidas pela empresa que compõem os serviços prestados pela mesma.

Em seguida, evidenciam-se seus elementos de custos e posteriormente aplica-se *O ABC*.

E na última seção, apresenta-se a proposta de metodologia de formação do preço de venda para a empresa prestadora de serviços contábeis, objeto de estudo.

3.1 Apresentação da empresa

O nome da empresa objeto de estudo e dos proprietários, por motivos estratégicos, tem seu nome alterado, mas os dados coletados para o estudo de caso condizem com a realidade da empresa. Tratar-se-á a empresa prestadora de serviços contábeis, pelo nome fictício de *Fantasy Contabilidade S/C LTDA*.

A empresa foi fundada em janeiro de 2000 por dois sócios que dispunham de conhecimento técnico, capital inicial, equipamentos, experiência e iniciativa.

O conhecimento técnico dos sócios vem de suas formações de bacharéis em ciências contábeis, um da UFSC e o outro da UNIVALI.

O capital inicial para a abertura da empresa adveio de poupanças e venda de um automóvel para cobrir os custos iniciais e a compra de equipamentos necessários para o funcionamento da empresa.

A experiência dos fundadores da empresa vem de sete e cinco anos de trabalho anterior em outros escritórios de contabilidade de terceiro, na função de empregados.

Tendo então a certeza de serem capazes de prestar serviços de qualidade e de posse de infra-estrutura mínima para começar, os dois sócios materializaram o sonho de ter o seu próprio negócio e entraram para o ramo de prestação de serviços contábeis na qualidade de empresários.

A *Fantasy Contabilidade S/C LTDA* é uma empresa prestadora de serviços constituída como sociedade por contas de responsabilidade limitada aos dois sócios em duas partes iguais de 50%.

A empresa tem como atividade prestação de serviços contábeis no ramo de contabilidade, em que suas principais atividades são: escrita fiscal, escrita contábil, departamento pessoal, abertura e fechamento de firmas.

Atualmente a empresa possui 40 clientes, sendo 80% micro e pequenas empresas e 20% empresas de médio porte.

A empresa exerce suas atividades em uma sala alugada de 70 m², que está dividida em quatro partes: recepção, banheiro, sala de reuniões e sala de trabalho.

Os dois sócios atuam em todas as funções da empresa, mas para efeito didático, serão essas divididas em setores que são os seguintes: diretoria, departamento contábil, departamento fiscal, departamento pessoal e departamento administrativo.

O quadro seguinte ilustra a organização estrutural da empresa em questão:

Estrutura Departamental - Fantasy Contabilidade S/C LTDA



Esquema 1- Estrutura Departamental - Fantasy Contabilidade S/C LTDA

Resumidamente, as principais atribuições de cada setor são apresentadas no quadro a seguir:

<i>Departamentos</i>	<i>Funções – Atribuições</i>
<i>Contábil</i>	É responsável por fazer os lançamentos contábeis, o controle do patrimônio das empresas, a emissão relatórios contábeis e a análise das demonstrações geradas.
<i>Pessoal</i>	Tem como principais funções formalizar os processos de admissão e de demissão dos funcionários das empresas, elaborar a folha de pagamento e todos os demais processos de caráter trabalhistas.
<i>Fiscal</i>	É responsável pela escrituração fiscal, apuração dos tributos devidos e emissão das guias para pagamento.
<i>Administrativo</i>	É responsável pelos processos de abertura e de baixa de empresas, recebe a documentação, gerencia os recursos da empresa e faz o acompanhamento dos clientes.

Quadro 1 – Atribuições Departamentais - Fantasy Contabilidade S/C LTDA

É importante ressaltar que todos processos de escrituração efetuados nos departamentos anteriormente relacionados são executados de forma automatizada em microcomputadores com programas desenvolvidos para a atividade contábil.

Para desempenhar tais atividades, a empresa dispõe dos equipamentos relacionados no seguinte quadro:

Nº	Descrição	Quant.	Utilização
1	Máquina de datilografar	1	utilizada no preenchimento de guias e formulários
2	Mesas p/ micro computadores	3	suporta os computadores
3	Mesa de impressora	1	suporta a impressora
4	Mesa redonda p/ reunião	1	utilizada quando há reunião com clientes
5	Estações de trabalho	2	utilizadas para organizar e processar a documentação
6	Armário/estante	1	utilizado para alocar informativos e livros p/ consulta
7	Cadeiras	6	utilizadas para acomodar pessoas
8	Gaveteiro	1	utilizado para guardar documentação
9	Mesa de recepção	1	separar clientes e o restante da empresa
10	Fax Panasonic	1	envia e receber comunicação através de documentos em fax
11	Porta de vidro temperado	1	melhora a estética da empresa
12	Estante metálica	1	utilizado para guardar a documentação já processada
13	Calculadora com fita	1	utilizada para agilizar cálculos
14	PC Pentium III 650	1	empregado nas atividades dos escritórios
15	PC Pentium I 130	1	empregado nas atividades dos escritórios
16	Impressora Matricial Citizen	1	utilizado para imprimir documentação
17	Impressora HP 640c Jet tinta	1	utilizado para imprimir documentação
18	Lixeiros	3	alocar lixo temporariamente
19	Suporte de Bombona (água mineral)	1	fornecer água aos funcionários e clientes
20	Livros diversos	1	utilizados para consultas diversas
21	Material de expediente (estoque)	1	utilizados nas atividades da empresa (papel, caneta, guias, cliques, etc...)
22	Telefone intelbras	1	utilizado na comunicação com clientes
23	Telefone s/fio Panasonic	1	utilizado na comunicação com clientes
24	Linha telefonica telex	1	utilizado na comunicação com clientes e conectar a internet
25	Arquivo	1	utilizado para guardar documentação

Quadro 2 – Relação de Equipamentos - Fantasy Contabilidade S/C LTDA

O método para a formação do preço de venda dos serviços contábeis atualmente utilizado pela empresa são a tabela referencial de honorário do SESCON da Grande Florianópolis, volume da documentação, tipo do serviço requerido pelo cliente.

Para Santos (1990, P.173), “o problema da formação dos preços está ligado às condições de mercado, às exigências governamentais, aos custos, ao nível de atividade e à remuneração do capital investido (lucro)”.

A metodologia atual desconsidera os custos da empresa trabalhando pelo custo-médio do mercado. Pois a tabela dos SESCON é gerada pelo consenso coletivo, através de votação, onde os presentes votam dizendo o quanto deve ser cobrado.

Martins (2000, p.22) explicita que, “com o significativo aumento de competitividade que vem ocorrendo na maioria dos mercados, sejam industriais, comerciais ou de serviços, os custos tornaram-se altamente relevantes quando da tomada de decisões em uma empresa”.

Com o método atual a empresa tem perspectivas de crescimento, mas ainda desconhecem quais são os seus custos por serviço e qual de seus produtos (serviços contábeis) é o mais rentável.

3.2 Aplicação do sistema de custos

Em se tratando de uma empresa prestadora de serviços que tem como as produto atividades desenvolvidas em cada departamento que consomem recursos disponibilizados para as mesmas. As empresas clientes consomem as atividades, o que justifica a escolha do ABC como sistema de custeio para alocação de custos para cada atividade.

Martins (2000, p.314) comenta que, “é absolutamente incorreto dizer-se sempre que um método é, por definição, melhor do que outro. Na realidade, um é

melhor do que outro em determinadas circunstâncias, para determinadas utilizações etc.”.

Martins (2000, p.93):

O ABC pode ser aplicado, também aos custos diretos, principalmente à mão-de-obra direta, e é recomendável que o seja; mas não haverá neste caso, diferenças significativas em relação aos chamados sistemas “tradicionais”. A diferença fundamental está no tratamento dados aos custos indiretos.

Sendo assim, o primeiro procedimento para aplicação do ABC é identificar as atividades relevantes dentro de cada departamento (centros de atividades) da empresa objeto de estudo. Esse procedimento resultou nas listagens apresentadas nos quadros a seguir:

Departamento contábil <i>Principais atividades e subatividades</i>
Escrituração contábil das empresas Coleta e separação dos documentos nas respectivas pastas Digitação dos documentos Conciliação bancária Análise de balancetes Arquivamento de documentos lançados
Elaboração do caderno contábil Impressão do balancete e diário Impressão dos relatórios do caderno Colagem dos documentos do caderno Montagem e encadernação
Assessoria à clientes Contato telefonico com clientes Reuniões com clientes
Encerramento do exercício Análise dos lançamentos contábeis Lançamentos de encerramento Impressão dos Livros e demonstrações contábeis Encadernação dos livros Preenchimento dos formulários e taxas
Confecção da DIPJ Coleta de dados no programa Geração do arquivo no programa da receita Impressão do corpo da DIF Envio da DIF via internet Impressão e arquivamento dos recibos

Quadro 3 – Principais Atividades e Sub-atividades - Departamento Contábil

No Departamento Fiscal, foram identificadas e listadas as atividades e suas correspondentes sub-atividades, apresentadas no quadro a seguir:

Departamento fiscal <i>Principais atividades e subatividades</i>	
Escrituração de documentos	Seleção da documentação recebida das empresas Lançamento dos dados no programa
Emissão e confecção de livros fiscais	Impressão dos livros Encadernação dos livros Coleta e assinatura dos sócios das empresas Preenchimento dos formulários e taxas
Emissão de guias fiscais	Digitação dos dados Impressão das guias
Providenciar blocos de notas fiscais para empresas	Elaborar pesquisa de preços junto as graficas Separar documentação necessária para blocos
Confecção de GIA	Coleta de dados junto ao pessoal Geração do arquivo no programa Envio da GIA via internet Impressão dos recibos e arquivamento
Confecção da DCTF	Coleta de dados de guias nas pastas das empresas Lançar dados no programa Geração do arquivo no programa Impressão do corpo da DCTF Envio da DCTF via internet Impressão e arquivamento dos recibos
Confecção da DIEF	Coleta de dados junto ao pessoal Coleta de dados junto a contabilidade Geração do arquivo no programa Impressão do corpo da DIEF Envio da DIEF via internet Impressão e arquivamento dos recibos

Quadro 4 – Principais Atividades e Sub-atividades - Departamento Fiscal

No Departamento Pessoal, foram identificadas e listadas as atividades e suas correspondentes sub-atividades, apresentadas no quadro a seguir:

Departamento Pessoal <i>Principais atividades e subatividades</i>	
Emissão de férias	Contato telefonico com clientes Lançar dados no programa Emissão do recibo de férias
Confecção de rescisões	Contato telefonico com clientes e colaborador Coleta de de extrato do FGTS na CEF Lançar dados no programa Emissão do aviso, recibo de rescisão, GRFP e SD Homologação da rescisão no sindicato
Registro admissional	coleta de documentos com a empresa Cadastramento do colaborador no programa Emissão do contrato e experiência Registro do colaborador na carteira Registro do colaborador no livro
Confecção da folha de pagamento	Coleta de dados com a empresa Geração da folha de pagamento Conferência dos cálculos da folha Emissão e arquivamento dos relatórios
Emissão de recibos de pag. e guias de impostos	Impressão de recibos de pagamento Impressão das guias no programa
Confecção do CAGED	Geração do arquivo no programa Envio do CAGED via internet Impressão e arquivamento dos recibos
Confecção da RAIS	Geração do arquivo no programa Envio da RAIS Impressão e arquivamento dos recibos

Quadro 5 – Principais Atividades e Sub-atividades - Departamento Pessoal

No Departamento Administrativo, foram identificadas e listadas as atividades e suas correspondentes sub-atividades, apresentadas no quadro a seguir:

Departamento Administrativo <i>Principais atividades e subatividades</i>	
Acompanhamento Interno	Desenvolvimento de planilhas de controle de procedimentos
Consultoria e acompanhamento de clientes	Contato por telefone Reuniões com clientes
Elaboração e envio de informativos	Pesquisa em informativos e na internet Elaboração do boletim informativo Envio via internet Disponibilização em Home page (página da empresa na internet)
Confecção das declarações do IRPF	Contato e coleta de material com clientes Preenchimento da declaração no programa Envio a Receita Federal via internet Impressão da declaração, recibos e guias de pagamento
Abertura, alteração e baixa de empresas	Contato com Clientes Confecção de contrato Preenchimento de formulários e taxas
Pedido de Certidões negativas	Preenchimento de formulários e taxas Pedido via internet a Receita Federal
Cobrança	Análise de extratos bancários via internet Acompanhamento de caixa Contato com Clientes Reuniões com clientes Emissão de bloqu岸os bancários e notas fiscais
Compra de materiais	Orçamento com fornecedores Compra de materiais Estocagem de materiais Fornecimento de materiais aos processos
Pagamentos	Elaborar e controlar pagamentos Controle de pagamentos efetuados

Quadro 6 – Principais Atividades e Sub-atividades - Departamento Administrativo

Cumpridos os procedimentos correspondentes a esta etapa, procede-se, a seguir, à seguinte, que consiste na identificação dos elementos de custos, processo que será explicitado no próximo tópico.

3.2.1. Elementos de custos

Nesta etapa, busca-se conhecer os recursos utilizados pela empresa para execução das atividades nos centros de atividades. Para isso são realizadas duas entrevistas com os sócios da empresa, onde estes listam os custos diretos e indiretos envolvidos na prestação dos serviços da empresa.

Os seguintes são os tipos de custos identificados, especificados na sequência: mão-de-obra direta, material de expediente, energia elétrica, manutenção de sistemas informatizados, manutenção de *Hardware*, depreciação, aluguel da sala, assinatura de periódicos e informativos, telefone, anuidades do CRC, limpeza da sala, internet, custos com reuniões extras, custo de oportunidade.

a) Custo de mão-de-obra direta

É o custo de maior relevância em uma empresa prestadora de serviços, pois representa o trabalho executado. No caso da empresa em questão representa a remuneração dos sócios (pró-labore) e os encargos e contribuições gastos referentes a estes, podem ser alocados diretamente aos serviços.

b) Material de expediente

O material de expediente é aquele utilizado na execução dos serviços: declarações, preenchimento de guias, impressão de documentos, organização de certidões. São exemplos de material de expediente: papel, lápis, cliques, caixas de arquivo-morto, borracha, cola, régua, cartucho de impressora, guias de recolhimento, etc.

c) Custo de energia elétrica

O custo de energia elétrica é o consumo mensal que a empresa tem com iluminação e com a utilização de equipamentos movidos à eletricidade. São exemplo equipamentos que consomem estes recursos: micro-computadores, ventiladores, rádio, calculadora de fita, aparelho de fax.

d) Custos de manutenção de sistemas de informatizados

A empresa em questão utiliza programas específicos para a execução dos serviços de escrituração contábil, pelo qual paga uma mensalidade. Cada setor possui programas específicos os quais são interligados para geração de relatórios.

e) Custos de manutenção de Hardware

Devido ao desgaste gerado pelo uso intenso do equipamento e inovações tecnológicas na área da informática. A empresa tem a necessidade em contratar serviços de técnicos especializados em consertos de Hardware (equipamentos de informática), incorrendo em custo de manutenção.

f) Custos com depreciação

A depreciação é oriunda principalmente dos dois micro-computadores empregados no processo de escrituração.

g) Custo com aluguel da sala

Para atender o público e executar a prestação de serviços, a empresa utiliza-se de instalações alugadas. Neste valor já está incluso o condomínio e o IPTU.

h) Custo com publicações e informativos

Para poderem prestar um serviço de qualidade, os sócios da empresa têm a necessidade de estarem bem informados sobre mudanças na legislação e inovações na área contábil. Para tal, estes assinam boletins informativos e revistas especializadas em contabilidade.

i) Custo com telefone

Custos com telefone são referentes aos implusos telefônicos tarifas e impostos cobrados pela prestadora de serviços telefônicos oriundos de telefonemas efetuados pela empresa.

j) Anuidades do Conselho Regional de Contabilidade (CRCSC)

Este custo corresponde à taxa que os dois sócios e o escritório têm pelos registros obrigatórios no CRCSC.

k) Custo com limpeza da sala

Corresponde ao custo incorrido pela limpeza da sala, que é executado semanalmente por uma diarista a qual utiliza insumos próprios.

l) Custo com internet

A empresa possui assinatura com um provedor de acesso à internet através de linha telefônica. A internet é uma ferramenta importante na execução das atividades da empresa, servindo tanto para consulta com os órgãos públicos, como para atualizar a legislação.

m) Custo com reuniões externas

São custos incorridos quando os sócios têm que comunicar os clientes das reuniões. São exemplos de custos com reuniões externas: alimentação dos sócios, combustível necessário para o deslocamento.

n) Custo de oportunidade

Martins (2000, p.250) explica que “o custo de oportunidade representa o quanto a empresa sacrificou em termos de remuneração por ter aplicado seus recursos numa alternativa ao invés de em outra”.

Pela natureza da empresa objeto de estudo, será considerado a remuneração que os sócios teriam se estivessem trabalhando na condição de funcionários em seus antigos empregos.

3.2.2. Seleção de direcionadores de custos

Segundo Martins (2000, p.103), “Direcionador de custos é o fator que determina a ocorrência de uma atividade. Como atividades exigem recursos para serem realizadas, deduz-se que o direcionador é a verdadeira causa dos custos”.

A atribuição de custos às atividades deve respeitar critérios e, se possível, seguir a seguinte ordem: 1º Alocação direta; 2º Rastreamento; 3º Rateio.

Alocação direta ocorre quando é possível identificar facilmente de forma objetiva o emprego de recurso, em determinada atividade.

Rastreamento é uma alocação feita em relação à causa efeito entre a ocorrência da atividade e a geração do custo. São exemplos de direcionadores de custos: área ocupada, horas trabalhadas, hora-máquina.

Rateio é alocação de custos proporcional em função de um critério escolhido. É utilizado quando não é possível fazer alocação direta ou o rastreamento dos custos.

O quadro a seguir demonstra os direcionadores de custos escolhidos para alocar os recursos às atividades:

Recursos	Direcionadores de Custos
Custo de mão-de-obra direta	Alocação direta
Material de expediente	Alocação direta (consumo efetivo)
Custo de energia elétrica	nº de horas trabalhadas
Custos de manutenção de sistemas de informatizados	Alocação direta
Custos de manutenção de <i>Hardware</i>	nº de horas trabalhadas
Custos com depreciação	nº de horas trabalhadas
Custo com aluguel da sala	nº de horas trabalhadas
Custo com publicações e informativos	Alocação direta (consultas por Depto.)
Custo com telefone	nº de horas trabalhadas
Anuidades do Conselho Regional de Contabilidade	nº de horas trabalhadas
Custo com limpeza da sala	nº de horas trabalhadas
Custo com internet	nº de horas trabalhadas
Custo com reuniões externas	nº de horas trabalhadas
Custo de Oportunidade	nº de horas trabalhadas

Quadro 7 – Direcionadores de Custos na Fantasy Contabilidade S/C LTDA

Pode-se observar que o direcionador de custo número de horas trabalhadas foi muito utilizado. Isso ocorreu em virtude da mão-de-obra-direta ser responsável pela utilização direta dos recursos disponibilizados em uma empresa prestadora de serviços contábeis.

3.2.3. Alocação dos recursos às atividades

A alocação dos recursos da empresa às atividades, executada em cada centro de atividades, é efetuada através da utilização de direcionadores de recursos.

Martins (2000, p.104) define direcionador de recursos como, “As atividades, ao serem executadas consomem recursos e serve para custear as atividades, ou seja, demonstra a relação entre os recursos gastos e as atividades”.

O direcionador de recursos mais utilizado foi o número de horas trabalhadas, devido à relevância do recurso no ramo de atuação da empresa.

Para facilitar o entendimento do estudo, será abordado apenas um dos centros de atividades da empresa: o Departamento Fiscal. Elaborou-se o seguinte quadro de alocação dos recursos às atividades do departamento fiscal:

Departamento Fiscal	RECURSOS														
Principais atividades e subatividades	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	Total
Escrituração de documentos	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Seleção da documentação recebida das empresas															
Lançamento dos dados no progarama															
Emissão e confecção de livros fiscais	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Impressão dos livros															
Encadernação dos livros															
Coleta e assinatura dos sócios das empresas															
Preenchimento dos formulários e taxas															
Emissão de guias fiscais															
Digitação dos dados															
Impressão das guias															
Providenciar blocos de notas fiscais para empresas	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Elaborar pesquisa de preços junto as graficas															
Separar documentação necessária para blocos															
Confecção de GIA															
Coleta de dados junto ao pessoal															
Geração do arquivo no programa															
Envio da GIA via internet															
Impressão dos recibos e arquivamento															
Confecção da DCTF	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Coleta de dados de guias nas pastas das empresas															
Lançar dados no programa															
Geração do arquivo no programa															
Impressão do corpo da DCTF															
Envio da DCTF via internet															
Impressão e arquivamento dos recibos															
Confecção da DIEF	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Coleta de dados junto ao pessoal															
Coleta de dados junto a contabilidade															
Geração do arquivo no programa															
Impressão do corpo da DIEF															
Envio da DIEF via internet															
Impressão e arquivamento dos recibos															

Quadro 8 – Alocação dos recursos às atividades do Departamento Fiscal

Legenda:

- a) Custo de mão-de-obra direta
- b) Material de expediente
- c) Custo de energia elétrica
- d) Custos de manutenção de sistemas de informatizados
- e) Custos de manutenção de Hardware
- f) Custos com depreciação
- g) Custo com aluguel da sala
- h) Custo com publicações e informativos
- i) Custo com telefone
- j) Anuidades do Conselho Regional de Contabilidade (CRCSC)
- k) Custo com limpeza da sala
- l) Custo com internet
- m) Custo com reuniões externas
- n) Custo de oportunidade

Após alocar os recursos às atividades, obtém-se o custo total por atividade.

3.2.4. Direcionadores de atividades

O próximo passo é alocar as atividades aos produtos da empresa, que no caso da empresa objeto de estudo, são serviços contábeis. Para que se possam alocar estes custos, necessitam-se de direcionadores de atividades.

Martins (2000, p.104) afirma que direcionador de atividades “identifica a maneira como os produtos “consomem” atividades e serve para custear produtos (ou outros custeios), ou seja indica a relação entre as atividades e os produtos”.

Ainda Martins (2000, p.104), “A quantidade de direcionadores com que se vai trabalhar depende do grau de precisão desejado e da relação custo-benefício”.

Os direcionadores de atividades foram selecionados após a análise das atividades executadas e dos serviços oferecidos aos clientes. O quadro a seguir contém os direcionadores de atividades do departamento fiscal:

Departamento fiscal	
Principais atividades	Direcionadores de atividades
Escrituração de documentos	nº de lançamentos fiscais em cada empresa
Emissão e confecção de livros fiscais	tempo de elaboração
Emissão de guias fiscais	tempo de elaboração
Providenciar blocos de notas fiscais para empresas	tempo de elaboração
Confecção de GIA	tempo de elaboração
Confecção da DCTF	tempo de elaboração
Confecção da DIED	tempo de elaboração

Quadro 9 – Direcionadores de atividades do Departamento Fiscal

Após a definição dos direcionadores de atividades, pode-se alocar os custos das atividades aos serviços. A próxima etapa é a apuração dos custos indiretos totais dos serviços. Para melhor visualização da alocação das atividades aos serviços, elaborou-se o Quadro a seguir, referente à alocação das atividades do departamento fiscal:

Departamento Fiscal				
Atividades	Serviços			
	D. Adm.	D. Cont.	D. Fiscal	D. Pessoal
Escrituração de documentos				
Emissão e confecção de livros fiscais				
Emissão de guias fiscais				
Providenciar blocos de notas fiscais para empresas				
Confecção de GIA				
Confecção da DCTF				
Confecção da DIF				
TOTAIS CUSTOS INDIRETOS	\$	\$	\$	\$

Quadro 10 – Direcionadores de atividades do Departamento Fiscal

Neste quadro, observa-se a alocação dos custos das atividades do departamento fiscal aos serviços, através do uso de direcionadores de atividades.

3.2.5. Apropriação dos custos aos serviços

O último passo é a alocação de todos os custos incorridos na prestação dos serviços aos serviços oferecidos. Em seguida, exibe-se o quadro de alocação de custos aos serviços:

Dpto.	SERVIÇOS	CUSTOS DIRETOS	CUSTOS INDIRETOS	TOTAL
Contábil	Escrituração contábil das empresas			
	Elaboração do caderno contábil			
	Assessoria contábil à clientes			
	Confecção da DIPJ			
Fiscal	Escrituração de documentos			
	Emissão e confecção de livros fiscais			
	Emissão de guias fiscais			
	Providenciar blocos de notas fiscais para empresas			
	Confecção de GIA			
	Confecção da DCTF			
	Confecção da DIF			
Pessoal	Emissão de férias			
	Confecção de recisões			
	Registro admissional			
	Confecção da folha de pagamento			
	Emissão de recibos de pag. e guias de impostos			
	Confecção do CAGED			
	Confecção da RAIS			
Adm	Confecção das declarações do IRPF			
	Abertura, alteração e baixa de empresas			
	Pedido de Certidões negativas			
TOTAL				

Quadro 11 – Alocação de custos incorridos aos serviços prestados

Nota-se nesse quadro, a divisão dos custos em diretos e indiretos, na divisão departamental.

3.3 Proposta de metodologia para formação de preço de venda

Decidir o preço de venda de um produto ou serviço é uma difícil tarefa de grande importância dentro de uma empresa, pois engloba diversos fatores a serem considerados.

Calcular um preço de forma arbitrária pode levar a empresa a não cobrir seus custos e com isso comprometer sua continuidade.

Para a elaboração da proposta de preço de venda dos serviços da empresa *Fantasy Contabilidade S/C LTDA*, considera-se os seguintes fatores:

- 1) Preço aplicado pela concorrência;
- 2) Concorrência;
- 3) Lucro desejado;
- 4) Custos incorridos na prestação dos serviços;
- 5) Fatores políticos.

O método a ser utilizando nesta empresa é o método misto, pois, este é o mais abrangente.

Na utilização do método proposto, deve-se primeiramente apurar os custos totais de cada serviço vendido utilizado-se de um sistema de custeio, no caso o ABC.

Depois de apurados estes custos, deve-se adicionar um percentual aos mesmos, a fim de obter-se lucro na operação e ainda cobrir as despesas, os impostos e os custos. Para tal tarefa utiliza-se o *mark-up*.

Bernardi (1998, p.250), afirma que

O *mark-up* a utilizar será estruturado conforme a incidência de impostos, despesas variáveis de venda, a inclusão das despesas operacionais e o lucro desejado na venda, observadas as circunstancia e interesses mercadológicos e financeiros, as experiências passadas, tudo combinado de forma equilibrada para que a empresa consiga atingir seus objetivos.

No quadro seguinte apresenta-se o calculo:

Dpto.	SERVIÇOS	CUSTO TOTAL	MARK-UP	PREÇO DE VENDA
Contábil	Escrituração contábil das empresas			
	Elaboração do caderno contábil			
	Assessoria contábil à clientes			
	Confecção da DIPJ			
Fiscal	Escrituração de documentos			
	Emissão e confecção de livros fiscais			
	Emissão de guias fiscais			
	Providenciar blocos de notas fiscais para empresas			
	Confecção de GIA			
	Confecção da DCTF			
	Confecção da DIF			
Pessoal	Emissão de férias			
	Confecção de recisos			
	Registro admissional			
	Confecção da folha de pagamento			
	Emissão de recibos de pag. e guias de impostos			
	Confecção do CAGED			
	Confecção da RAIS			
Adm	Confecção das declarações do IRPF			
	Abertura, alteração e baixa de empresas			
	Pedido de Certidões negativas			
	TOTAL			

Quadro 12 – Cálculo do preço de venda de serviços contábeis

O próximo passo é a comparação do preço obtido com o preço oferecido pelos concorrentes que possuam características parecidas aos da empresa Fantasy Contabilidade S/C LTDA. As características a serem consideradas são a estrutura da empresa, o tempo de atuação no mercado, a localização e principalmente a qualidade dos serviços prestados.

O último fator a ser considerado, mas não menos importante, é a tabela referencial de honorários fornecida pelo SESCON/SC da Grande Florianópolis.

Sugere-se que os valores não fiquem inferiores aos da tabela do SESCON/SC, pois preços muito baixos podem desvalorizar a classe dos contadores.

4. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A contabilidade de custos teve inicialmente o seu enfoque direcionado para a área industrial. Hoje a realidade é diferente, necessitando que sejam feitas adaptações para outros setores da economia, como o de serviços.

Neste sentido, procurou-se, através deste estudo, conhecer as características de uma empresa prestadora de serviços contábeis. Além disso, buscou-se Identificar o que está previsto no Código de Ética Profissional do profissional contabilista sobre livre concorrência e o valor dos serviços prestados.

Indicou-se um sistema de custos para a empresa, sendo que este sistema teve o propósito de dar suporte à formação do preço de venda para os serviços prestados pela *Fantasy Contabilidade S/C LTDA*.

Propôs-se uma metodologia para formação de preço de venda dos serviços prestados, que deve se confrontar com a metodologia que já vinha sendo utilizada.

Através dos dados colhidos, foi possível sugerir um sistema de custos para corroborar com a proposta de formação de preços. Além de que foi indicado como sistema de custos e uma metodologia para formação de preços, acredita-se que a empresa pode utilizar essas duas ferramentas para seu gerenciamento e tomada de decisões.

Como não se trabalhou com números da empresa, uma vez que não era objetivo deste trabalho, é possível que haja a necessidade de se fazer em alguns ajustes e adaptações quando de sua implantação na empresa. Todavia, para uma primeira versão da proposta, acredita-se ter alcançado o objetivo deste trabalho.

Entretanto, é preciso ressaltar que as conclusões aqui apresentadas são aplicáveis apenas para a empresa objeto deste estudo, devido à metodologia da pesquisa selecionada, isto é, um estudo de caso.

Por conseguinte, recomenda-se que outras empresas prestadoras de serviços contábeis sejam analisadas sob a ótica de sistemas de custos e de metodologias para formação de preços de venda dos serviços contábeis.

REFERÊNCIAS

- BERNARDI, Luiz Antônio. **Política e formação de preços**: uma abordagem competitiva sistêmica e integrada. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- BRASIL. **Novo Código Civil Brasileiro**. Aprovado pela Lei no. 10.406, de 10 jan. 2002, em vigor a partir de 11 jan. 2003. São Paulo: Escala, 2002.
- CERVO, Amado Luiz, BERVIAN, Pedro A. **Metodologia científica**: para uso de estudantes universitários. 3ª. Ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.
- CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Código de ética profissional do contabilista**. Resolução CFC nº 803/96, de 10 de outubro de 1996. Brasília: CFC, 1996.
- CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade gerencial**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 1998.
- DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. São Paulo: Atlas, 1997.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.
- HORNGREN, Charles T. **Introdução à contabilidade gerencial**. 5.ed. Rio de Janeiro: Prentice/Hall do Brasil, 1981.
- HOUAISS, Antônio. **Dicionário Eletrônico Houaiss**. Direção Geral de José Jardim de Barros Jr. São Paulo: Objetiva, 2002.
- INÁCIO Filho, Geraldo. **A monografia nos cursos de graduação**. 2. ed. Uberlândia: EDUFU, 1994.
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Maria de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1990.
- MARION, José Carlos. **Contabilidade Empresarial**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1993.
- MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- SANTOS, Joel José dos. **Formação de preços e do lucro**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- SANTOS, Roberto Vatan dos. Aplicação do custo de oportunidade às decisões de preço de venda sob o enfoque do custeio direto. In: **Boletim IOB - Pasta Temática Contábil e Balanços**. Num. 12 mar. 2000.
- SARDINHA, José Carlos. **Formação de preço**: a arte do negócio. São Paulo: Makron Books, 1995.
- SÁ, A. Lopes de; SÁ, A. M. **Lopes de. Dicionário de contabilidade**. 9. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 1994.

SESCON, Sindicato das empresas de serviços contábeis, assessoramento, perícias, informações e pesquisas no Estado de Santa Catarina. **Tabela Referencial de Honorários**. Florianópolis: SESCO, 2002. Folder informativo.